

горло в воде. С нами была радистка, она недавно родила. Ребенок голодный... Просит грудь... Но мама сама голодная, молока нет, и ребенок плачет. Каратели рядом... С собаками... Собаки услышат, все погибнем. Вся группа – человек тридцать. Вам понятно? Принимаем решение... Никто не решается передать приказ командира, но мать сама догадывается. Опускает сверток с ребенком в воду и долго там держит... Ребенок больше не кричит... Ни звука... А мы не можем поднять глаза. Ни на мать, ни друг на друга...» [2]. Очевидно, что раньше образ войны был «стерильным», лишенным физиологического, естественного, иными словами, постулировалось больше подвигов, героических историй, а насколько было тяжело и мучительно – это адресату должно было быть само собой очевидно. Современное состояние концепта «Великая Отечественная война» включает в себя новый штрих, который можно назвать «вся правда без прикрас».

Делая вывод, можно сказать, что былая патриотичность и возвышенность концепта «Великая Отечественная война» уходят в прошлое. Современные границы концепта распахнулись, и он вообрал в себя большое количество негативных оценок: от унижительной жалости до ненависти к былым героям, событиям, фактам. Не желая умалить достоинств множества произведений о Великой Отечественной войне, мы все же должны сказать, что господствующие представления о войне даны поверхностно. Но следует признать, что толкование столь грандиозного события в свете какой-либо идеологической тенденции заведомо не дает возможности понять ее действительный смысл во всей его полноте и глубине.

ЛИТЕРАТУРА

1. Артюх Е. ПАСЕ приравняла Сталина к Гитлеру // Особая буква. – 2009. – 6 июля.
2. Васильева М. Из запрещенной книги Алексиевич // Гордон. – 2015. – 10 мая.
3. Кантор Ю. Память о войне: источник патриотизма или объект манипуляций? / Ю. Кантор, К. Смирнова // Православие и Мир. – 2016. – 22 июня.
4. Кургинян И. С. Война с историей. – Москва, 2013. – С. 384.
5. PRAVMIR.RU [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.pravmir.ru/pamyat-o-voyne-istochnik-patriotizma-ili-obekt-manipulyatsiy/> (дата обращения 28.02. 2017).
6. ИноСМИ.RU [Электронный ресурс]. – URL: <http://inosmi.ru/social/20160820/237590310.html> (дата обращения 28.02. 2017).

Е. А. Лукинская

ОСОБЕННОСТИ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ СХЕМЫ В МАТЕРИАЛАХ ДЕЛОВОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ (НА ПРИМЕРЕ МАТЕРИАЛОВ ЖУРНАЛА «ЭКСПЕРТ-УРАЛ»)

Если еще несколько лет назад аудитория деловых СМИ были только читатели и зрители, напрямую связанные с бизнесом, то сегодня круг интересующихся бизнес-информацией существенно расширился. Соответственно, меняются и задачи, стоящие перед журналистами деловых изданий. Однако, в любом случае, деловая информация – это качественная информация. Как отмечают авторы книги «Деловая журналистика», «читатель должен доверять деловому СМИ –

это прежде всего» [1; с. 69]. Для того, чтобы отразить максимально полную картину происходящего, деловой журналист использует исследовательскую схему. Это некий набор алгоритмов, выполнение которых делает деловой материал таковым.

Итак, все начинается с подбора темы. По мнению В. М. Амирова, «в первую очередь производится оценка качества самого информационного повода. Далее предстоит оценить, является ли интересующая информация эксклюзивом» [2; с. 139].

Г. Мельник и С. Виноградова уделяют большое внимание источникам информации и отмечают, что «Чем более разнообразна сеть источников (эксперты, документы, соцопросы, пресс-конференции, пресс-службы, гос. структуры, Интернет и т. д.), тем более полноценный и объективный материал выйдет из-под журналистского пера» [4; с. 216]. Впрочем, отбор темы – только начало исследовательской схемы. В своем учебном пособии «Деловая журналистика» В. М. Амиров отмечает, что «Обычно реализация замысла осуществляется в несколько этапов» [1; с. 47]. Журнал «Эксперт-Урал» использует весь вышеуказанный арсенал. Большое внимание уделяется верификации и бэкграундовым деталям.

Для выявления практики функционирования этих алгоритмов мы обратились к публикациям одного из наиболее известных представителей деловой прессы – журнала «Эксперт-Урал». Нами рассмотрены исследовательские схемы материалов «Шоколадный шок», «Доживем до урожая», «Коллекторам наступают концы», «Кто растет, когда все падают» и «Властины колечек». В ходе анализа удалось выявить особенности исследовательской схемы, которой пользуются журналисты этого издания. В результате проявилось следующее:

- Постановка проблемы. Основная идея материала, вокруг которой выстраивается вся доказательная база, аргументация и т. п. «Депутаты Законодательного собрания Санкт-Петербурга разработали и внесли в Госдуму законопроект о запрете в России коллекторских агентств. В нормативном акте, в частности, прописан запрет на внесудебное истребование кредитором долга с заемщика» [6].
- Составление наиболее полного списка источников информации (люди, организации, документы, базы данных и т. д.). Данные РАЕХ, статистика Банка России, Национальное объединение ломбардов (оценки), законодательство Российской Федерации, в той или иной мере регулирующее деятельность рынка ломбардов, президент Национального объединения ломбардов (НОЛ) Алексей Лазутин, начальник Главного управления рынка микрофинансирования и методологии финансовой доступности Центрального банка Михаил Мамута [8].
- Постановка задач для отражения основной концепции публикации. Проиллюстрировать этот пункт можно с помощью материала «Властины колечек», а именно предположительно были поставлены следующие задачи: изучить и сравнить параметры рынка ломбардов на Урале, найти причины

увеличения количества займов, выдаваемых ломбардами в 2015 году, сравнить рынок ломбардов с рынком микрофинансирования и потребительского кредитования, понять, какие изменения произошли в последние годы, когда усовершенствовалось законодательство, изучить новые законы и поправки уже существующих в исследуемой сфере, понять, что значит ужесточение законодательства для потребителей финансовых услуг и для самих ломбардов, найти и опросить несколько экспертов по интересующим вопросам [8].

- Четкое выстраивание аргументации. Как правило, очень большая роль всегда уделяется причинам происходящего. Кроме того, в материалах журнала «Эксперт-Урал» это выглядит не просто как перечисление причин, а как логическая цепочка, в которой одна причина тесно связана, даже исходит из другой. «Главная причина этого роста – крайне неблагоприятные погодные условия из года в год повторяющиеся в основных странах-производителях какао. Впрочем, есть и еще один важный фактор, заметно влияющий на посевы – это разнообразные болезни растений. Из-за них гибнет в общей сложности до трети мирового урожая какао-бобов» [9].

- Создание плана публикации. Материалы в деловой журналистике четко организованы, что достигается и с помощью планирования материала. В публикации «Властины колечек» план мог быть таким:

4.1. Изучить все, что связано с рынком работы ломбардов, запросить статистику по проблеме, сравнить с другими рынками финансовых услуг.

4.2. Второй крупный блок работы – изучить особенности непосредственно законодательства, касающегося рынка ломбардов.

4.3. Часть работы, связанная с систематизацией всех вопросов, поиск и беседа с подходящими экспертами (РАЕХ, Банк России, Михаил Мамута, президент НОЛ Алексей Лазутин).

4.4. Обобщение и дальнейшая систематизация полученных данных, формирование выводов [8].

- Прогнозы. Этот пункт является неотъемлемой частью делового материала. «Аналитики компании прогнозируют в этом году чистую скорректированную прибыль в размере 5,25–5,75 долларов на акцию. Предыдущий прогноз был ниже – 5–5,5 доллара. В GM также ждут роста скорректированного показателя прибыли до вычета процентов по кредитам, налогам и амортизации» [7].
- Как замотивировать читать текст и дочитать его до конца. Авторы используют инструменты, призванные влиять на читателя на стилистическом уровне, давать еще и визуальную картину, некий образ в дополнение к словам. В материале «Властины колечек» представлены следующие приемы: инфографика со статистическими данными, иллюстрации к тексту, воздействующие на эмоции, множество цифр, разбавляющие текст и быстро доносящие информацию, терминология (банкинг, потребкредитование), аббревиатуры и сокращения (НОЛ, ЦБ, РАЕХ), некоторые стилистические элементы, например, эпитеты («серые ломбарды»), прямая речь экспертов [8].

- Наличие бэкграундов. «В одной только Гане, занимающей второе место по поставкам какао-бобов в мире, вследствие всех этих нападений в прошлом сельскохозяйственном году производство рухнуло сразу на 18 %. Это падение не смог компенсировать даже мировой лидер отрасли – Кот-д’Ивуар – умудрившийся нарастить производство на 2,8 %» [9].
- Полная и тщательная верификация информации на всех уровнях.

Таким образом, в ходе небольшого анализа нами были найдены некоторые закономерности относительно исследовательской схемы в журнале «Эксперт-Урал». Как выяснилось, для подготовки материалов используются вышеперечисленные пункты, что позволяет авторам этого СМИ делать по-настоящему качественную журналистику и пользоваться заслуженным авторитетом перед читательской аудиторией.

ЛИТЕРАТУРА

1. Амиров В. М. Деловая журналистика. – Екатеринбург, 2013.
2. Амиров В. М. Стандарты и особенности анализа информации в работе бизнес-СМИ // Политическая лингвистика. – 2013. – № 44. – С. 137–140.
3. Афанасьева А. В. Деловая журналистика / Афанасьева А. В., Блинова М. В., Борисак Д. А. – Москва, 2012.
4. Мельник Г. С. Деловая журналистика / Мельник Г. С., Виноградова С. М. – Санкт-Петербург, 2010.
5. Королева А. Доживем до урожая [Электронный ресурс]. – URL: <http://expert.ru/2016/01/13/produktyi-prodolzhat-dorozhat/> (дата обращения: 17.01.2016).
6. Королева А. Коллекторам наступают конец [Электронный ресурс]. – URL: <http://expert.ru/2016/01/27/kollektoram-nastupaet-konets/> (дата обращения: 02.02.2016).
7. Мануков С. Кто растет, когда все падают [Электронный ресурс]. – URL: <http://expert.ru/2016/01/14/rastet/> (дата обращения: 17.01.2016).
8. Селянин С. Властелины колечек [Электронный ресурс] // Эксперт-Урал. – 2015. – 16 нояб. – URL: <http://expert.ru/ural/2015/47/vlasteliny-kolechek/> (дата обращения: 17.01.2016).
9. Хазбиев А. Шоколадный шок [Электронный ресурс]. – URL: <http://expert.ru/2016/01/19/shokoladnyiy-shok/> (дата обращения: 23.01.2016).

П. А. Маркуш

«МЕЛЬДОНИЕВЫЙ» СКАНДАЛ ГЛАЗАМИ СМИ Опыт контент-анализа освещения в 2016–2017 гг. применения допинга спортсменами

Всемирное антидопинговое агентство¹ (WADA) с момента основания (1999. Ноябрь) ежегодно 1 января публикует список запрещенных препаратов. 1 января 2016 года мельдоний (активное вещество препарата «Мелдронат») был удален из программы мониторинга и добавлен в запрещенный список. Всемирное

¹ Всемирное антидопинговое агентство (ВАДА, World Anti-Doping Agency – WADA) – независимая организация, осуществляющая координацию борьбы с применением допинга в спорте, созданная при поддержке Международного Олимпийского комитета